



VW: Greenwashing im wahrsten Sinn des Wortes

25.09.2015

Beim deutschen Vorzeigebauher bröckelt die Fassade - auch die grüne. Die kürzlich zugegebene Abgastrickerei in den USA lässt viele Nachhaltigkeitsstatements des Konzerns in einem neuen Licht erscheinen.

Nach dem Skandal mit unabsehbaren Folgen werden Öko-Investoren einiges unter die Lupe nehmen: konzerneigene Angaben zum Thema Nachhaltigkeit und die diesbezüglichen Ratings von Researchagenturen.

Ruiniert. Kurssturz, Rückstellungsnotwendigkeit, Gewinnwarnung, Rücktrittsmeldung - bei all den Stationen eines Untergangs fehlt etwas. Mike Jackson, der Chef der führenden Automobilhändlerkette AutoNation weist auf das ramponierte Image vor allem unter Umweltbegeisterten hin. „Dieser Kunde ist grün aus Leidenschaft, und sie haben ein Fahrzeug als Statement für die gesellschaftliche Verantwortung gekauft. Sie fühlen sich betrogen.“

Verlust. Doch nicht nur umweltbewusste Autokäufer haben ihr Vertrauen verloren. Auch als nachhaltiger Anleger fragt man sich, ob das grüne VW-Image noch hält, was es verspricht. „Die Ereignisse bei Volkswagen sind enttäuschend und zeigen ein bisher nicht eingepreistes Risiko der gesamten Automobilbranche auf: nämlich die Manipulation von wesentlichen Produktinformationen - in diesem Fall pikanterweise ökologischen Produktdaten. Wie massiv diese Enttäuschung ist, spiegelt sich in einem dramatischen Kursverfall wider.“, resümiert Reinhard Friesenbichler, Berater für nachhaltiges Investment.

Sprüche. „Unser Anspruch ist es, die Mobilität der Zukunft zu gestalten – verantwortungsbewusst, umweltverträglich und gewinnbringend für jeden.“, heißt der erste Satz auf der VW-Homepage unter der Rubrik Nachhaltigkeit und Verantwortung. Vielleicht hätte er eher mit „gewinnbringend für uns“ enden sollen. Und dabei hatte Winterkorn, der vor kurzem zurückgetretene Konzernchef, anlässlich der Vorabveröffentlichung des Nachhaltigkeitsberichts 2015 im April noch große Sprüche geklopft. „Unsere Erfolge sind für mich auch darin begründet, dass wir bereit waren, uns immer wieder selbst zu hinterfragen - und neue Wege zu gehen. Wir haben so gelernt, dass es in unserem Geschäft nicht mehr allein um PS und Drehmoment geht.“

Bezweifelbar. Aber auch wenn es um Abgasnormen geht, wird der deutsche Autokonzern vieles hinterfragen müssen. „Volkswagen war der erste Automobilhersteller, der sich zum EU-Grenzwert von 95 Gramm CO₂ pro Kilometer bekannt hat. Wir sind gut unterwegs: Im letzten Jahr lag der Durchschnittswert der Fahrzeugflotte bei rund 126 Gramm.“, hatte VW-Nachhaltigkeitsmanager Wolfram Thomas noch im Juli in einem Interview der deutschen Wirtschaftswoche gesagt.

Research. Dabei identifiziert die Ratingagentur oekom research den Flottenverbrauch sowie die

damit verbundenen durchschnittlichen CO2-Emissionen je gefahrenem Kilometer als eines der wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen der Automobilbranche. Volkswagen war noch 2013 im letzten oekom Industry Focus Automobile nach Renault und Peugeot die Nummer Drei, was den durchschnittlichen Flottenverbrauch angeht und erhielt auf einer Skala von Null bis 100 (Bestnote) die Note 58. Dagegen steht es mit dem Reputationsrisiko bei VW schon seit geraumer Zeit nicht zum Besten. Den höchsten Punktestand im Index des Schweizer Informationsdienstleisters RepRisk (RRI zeigt auf, wie stark ein Unternehmen wegen Nachhaltigkeitsmängeln in der Kritik steht) erreichte VW bereits im September 2014 (66 von 100 Punkten). (Fortsetzung folgt)

(cg)